

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Profil Perusahaan Grid Network

Kompas Gramedia (KG) merupakan salah satu perusahaan media terbesar di Indonesia yang telah berdiri selama lebih dari 50 tahun. KG telah berdiri sejak 17 Agustus 1963, di bawah kepemimpinan P.K Ojong dan Jakob Oetama yang menerbitkan majalah Intisari. Kompas Gramedia terus bergerak dan berkembang secara dinamis untuk memajukan bangsa Indonesia dengan menghadirkan lebih 400 jaringan usaha. KG yang awalnya merupakan perusahaan media kemudian memperluas jaringan bisnisnya ke beberapa sektor industri, seperti media massa, penerbitan, *publisher*, *retail*, perhotelan, manufaktur, pendidikan, *property*, *event* dan *venue*, serta digital.

Setiap unit bagian dari perusahaan Kompas Gramedia harus menerapkan lima sifat yang dikenal dengan istilah 5C (*Caring*, *Credible*, *Competent*, *Competitive*, *Customer Delight*). *Caring* merupakan filosofi humanisme transendental, yang memiliki arti berperikemanusiaan, yang berdasarkan keyakinan Tuhan Yang Maha Kuasa dalam menyelenggarakan segala sesuatu. *Credible* merupakan filosofi dimana manusia bekerja selalu dalam dimensi sosial yang menuntut interaksi secara timbal balik dengan lingkungannya. Pelaksanaan tanggung jawab harus didasarkan pada kerja secara ikhlas, disiplin, konsisten dan profesional, maka dapat dipercaya dan dapat diandalkan oleh orang lain. *Competent* manusia dalam bekerja harus selalu berkembang dengan tujuan untuk memberikan hasil terbaik dalam hidupnya, beserta bagi lingkungan. *Competitive* di zaman modern ini diperlukan keberanian dalam menghadapi situasi, sehingga kecerdasan mental diperlukan untuk mengubah ancaman menjadi peluang. Nilai terakhir yaitu *Customer Delight* diperlukan untuk memenangkan hati pelanggan dengan memberikan pelayanan yang melebihi jangkauan.

Salah satu unit perusahaan yang melengkapi bagian dari *media business* Kompas Gramedia adalah Grid Network, yang saat ini menjadi portal/ media informasi mengenai gaya hidup dan hiburan. Grid Network awalnya merupakan perusahaan majalah KG yang kemudian pada 2018 bertransformasi menjadi portal informasi *print* dan *digital*.

Grid Network berkembang dipandu dengan kekayaan data pembaca serta kedalaman untuk memahami perilaku konsumen dan keterkaitannya dengan pembaca di Indonesia. Grid Network juga mengalami pertumbuhan yang sangat cepat dalam mengelola media di Indonesia yang saat ini sudah memiliki 11 jaringan kanal struktur media *business* yaitu mencakup sektor *adventure, entertainment seeker, urban lifestyle people, avid-learning kids, sportsmanias, young parents, fashion and beauty lover, automotive enthusiast, home-cooking enthusiast, Indonesia youth* dan juga *science lovers*. Saat ini unit tempat *Marketing Communication Intern* bekerja adalah Grid Network.

**Gambar : 2.1** Logo Grid Network Kompas Gramedia

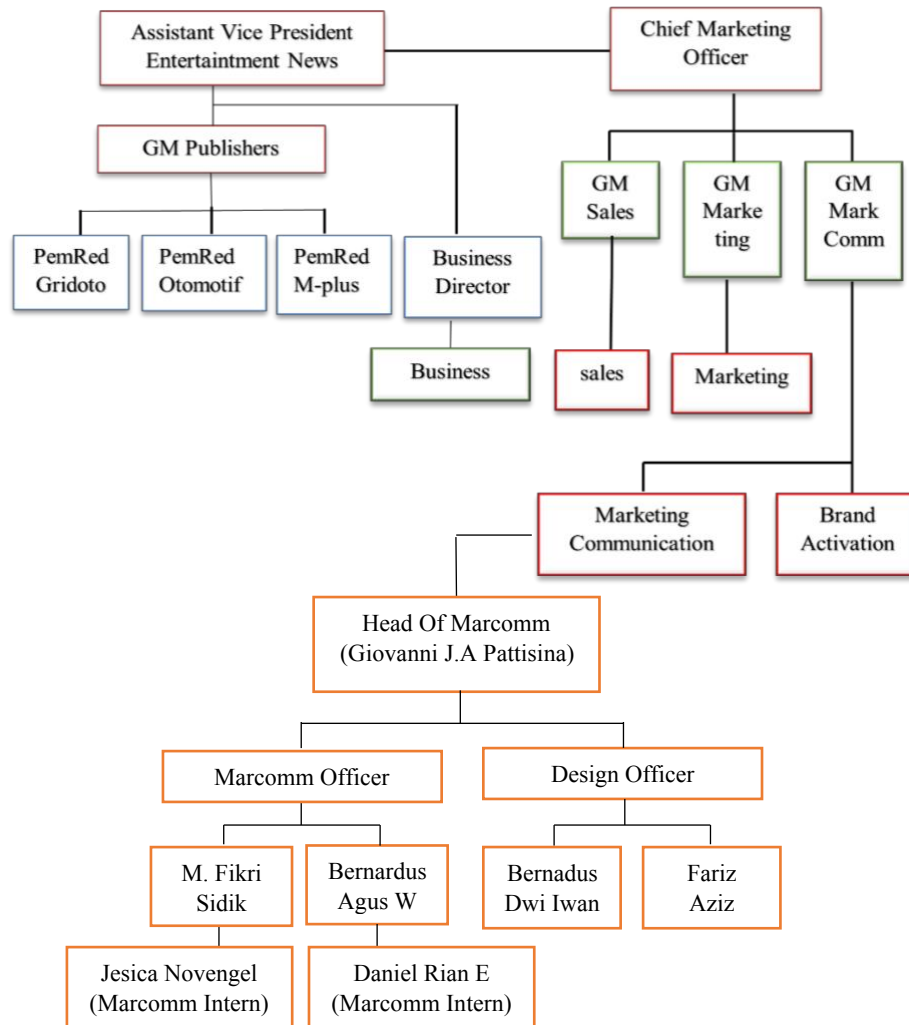


Sumber : Grid Network - Kompas Gramedia

Grid Network merupakan unit bisnis Kompas Gramedia yang memiliki visi untuk membuat sebuah komunitas secara nyata (*Real Community*) dengan berbagai aktivitas dan gerakan, serta misinya secara aktif terlibat dengan orang-orang nyata, yang secara langsung berinteraksi dengan *brand* baik secara *offline* maupun *online*.

## 2.2 Struktur Organisasi Grid Network Otomotif Group

**Gambar : 2.2** Struktur Organisasi Grid Network Otomotif Group



Sumber : Grid Network - Group Otomotif (Kompas Gramedia)

## 2.3 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

Grid Network – Otomotif Group merupakan salah satu unit bisnis media yang berdiri dibawah naungan Kompas Gramedia group. Dalam Grid Network – Otomotif Group.

Divisi Redaksi bergerak dalam bidang pembuatan konten, video, artikel, dan pembuatan publikasi *news content* di media sosial (Instagram, Facebook, Twitter). Selain itu, redaksi juga bertanggung jawab dalam pemuatan iklan, menyediakan *space* iklan, dan *display* iklan.

Divisi *Sales* bertugas untuk mendorong penjualan produk (media), baik secara *print* maupun digital, di media sosial dan kepada *client*. Selain itu sales sebagai garda depan jika mendapatkan *client* untuk mengelola *event*, selanjutnya diteruskan pada divisi *marketing* dan *marketing communication*.

Divisi *Marketing* bertugas untuk menyusun strategi penjualan produk, dan membuat *creative proposal client* maupun produk Otomotif Group Grid Network.

Departemen *Marketing Communication* dibagi menjadi dua bagian inti yaitu divisi *Brand Activation* dan divisi *Marketing Communication*. *Brand Activation* bertugas untuk mengeksekusi *event* dari *client*, maupun *event* yang diselenggarakan oleh Grid Network Otomotif Group.

*Divisi Marketing Communication* dalam Otomotif Group memiliki dua fungsi, yaitu *brand owner* dan *strategist brand communication*. *Brand owner* bertugas untuk bertanggung jawab memegang *brand*, baik *tabloid print*, maupun *digital* yang dimiliki otomotif group seperti tabloid Otomotif, Jip, Gridoto.com, dan Motorplus. Sedangkan *strategist brand communication* bertanggung jawab dalam pengembangan strategi *brand* dalam menyusun promosi, strategi komunikasi, dan strategi konten bagi *brand* (Otomotif Group, dan *client/partner*). Selain tugas utama, *Marketing Communication* Grid Otomotif Group juga dapat melakukan *deliver sponsorship*, yaitu mengerjakan permintaan dari *client*.

### **2.1.2 Aktivitas Grid Network Kompas Gramedia Otomotif**

Berikut beberapa aktivitas Grid Network Otomotif Internal:

#### **1. Otomotif Awards**

Otomotif Awards merupakan penghargaan tahunan yang diberikan oleh Otomotif Group kepada *brand* mobil dan motor dalam memimpin industri dengan inovasi dan teknologinya. Pemilihan penjurian dan panitia Otomotif Awards terdiri dari pakar otomotif yang berpengalaman di industri otomotif dengan objektif. Penghargaan ini diselenggarakan dengan tujuan dapat menjadi panduan praktis bagi konsumen dalam memilih *brand* kendaraan yang paling sesuai dengan kebutuhan.

## 2. MotorPlus Garage

MotorPlus Garage merupakan wadah untuk para pecinta *custom* otomotif roda dua, yang juga menghadirkan pabrikan motor *custom* lokal roda dua yang memiliki prestasi, *marketplace sparepart* dan modifikasi. Sebagai tambahan dalam *event* MotorPlus Garage juga memberikan berbagai hiburan untuk menghibur para *bikers*.

## 3. Otobursa Tumblek Blek

Otobursa merupakan sebuah festival *marketplace* otomotif tahunan di Indonesia yang telah hadir sejak tahun 1998, dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan para pecinta otomotif dalam mencari suku cadang dengan harga terjangkau. Otobursa juga menampilkan sebuah hiburan yang menghadirkan penampilan rutin setiap tahunnya, seperti atraksi Gajah Monster, yaitu aksi menggilas kendaraan yang ditumpuk.